

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

Penelitian mengenai komunikasi antar pribadi dalam transaksi prostitusi *online* melalui media *WeChat*, menggunakan kajian teori sebagai berikut :

A. Tinjauan Pengertian Komunikasi

Manusia merupakan makhluk sosial, sehingga komunikasi sangat dibutuhkan untuk membantu manusia dalam melakukan interaksi dengan yang lainnya, karena tentunya disetiap kesempatan ternyata kita sangat membutuhkan komunikasi untuk membantuk kita dalam memahami orang lain seperti apa kebutuhan dan keinginan orang lain lalu digunakan untuk kepentingan bersama.

Komunikasi berasal dari bahasa inggris yang memiliki asal usul kata dari bahasa latin yaitu *communis* artinya milik bersama atau membagi yang merupakan sebuah proses untuk membangun kebersamaan dan pengertian. Kemudian secara terminologi, komunikasi adalah proses penyampaian suatu pernyataan oleh satu pihak kepada pihak yang lainnya atau banyak pihak supaya bisa terhubung dengan lingkungan yang ada disekitarnya.

Sebagian besar orang telah menjadikan komunikasi sebagai alat untuk bisa melihat dan dapat memahami orang lain secara menyeluruh untuk menghindari komunikasi yang tidak efektif dimana terjadi ketika adanya ketidaksesuaian dengan apa yang diinginkan dengan apa yang nantinya berjalan sehingga akan menimbulkan hilang arah atau salah arah. Apalagi jika kita berada dalam sebuah lingkungan atau organisasi yang didalamnya terdapat berbagai macam individu dengan karakter atau sifat yang berbeda-beda pula serta tingkat

pendidikan dan pemahaman yang juga beda. Oleh karena itu, kemampuan dalam komunikasi menjadi hal yang penting untuk bisa bekerja dengan orang lain.

Komunikasi efektif bisa terjalin secara baik jika kedua belah pihak sudah saling mengakui kelebihan dan kekurangan orang lain serta dapat memahami kelemahan yang ada pada diri orang lain. Oleh karena itu, setiap hambatan bisa teratasi dengan baik, segala macam ego yang ada dalam diri kita bisa dihilang sehingga akan tertinggal hanya keinginan untuk dapat saling memahami antara satu sama lain secara seutuhnya tanpa mengharapkan adanya pamrih. Selanjutnya akan muncul rasa percaya antar individu dalam suatu kondisi yang tercipta dengan baik sehingga setiap hambatan atau tantangan bisa diatasi dan dapat bekerjasama dengan baik. Sebab setiap individu memiliki semangat yang sama untuk membangun dan membantu yang lainnya. Dengan komunikasi efektif maka jalinan antar individu dapat berkembang menjadi hubungan yang sangat bermanfaat untuk diri sendiri maupun orang lain dapat saling menguntungkan antara sesama individu.

Dalam mendefinisikan komunikasi, begitu banyak ahli yang mencoba mengartikan komunikasi, berikut informasi tentang pengertian komunikasi menurut para ahli. Pertama pengertian komunikasi menurut William J. Seller adalah suatu proses dimana simbol nonverbal dan verbal dikirimkan, diterima dan diberi makna.

Pengertian komunikasi menurut Raymond Ross adalah suatu proses yang menyortir, memilih dan mengirim simbol-simbol yang sedemikian rupa sehingga dapat membantu pendengar dalam membangkitkan daya respon atau

pemaknaan dari sebuah pemikiran yang selaras dengan yang dimaksud oleh komunikator.

Pengertian komunikasi menurut Carl I. Hovland adalah sebuah proses yang mungkin seseorang dapat menyampaikan rangsangan atau dengan lambang verbal yang bertujuan untuk mengubah pola tingkah laku orang lain. Pengertian komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy adalah suatu proses dalam menyampaikan pesan dari seseorang kepada orang lain dengan bertujuan untuk memberitahu, mengeluarkan pendapat, mengubah pola sikap atau perilaku baik langsung maupun tidak langsung.

Pengertian komunikasi menurut Ruben dan Steward dalam ilmu komunikasi adalah komunikasi merupakan suatu kegiatan kompleks, komunikasi merupakan suatu bidang yang populer, komunikasi merupakan hal yang vital untuk suatu kedudukan atau posisi yang efektif, komunikasi merupakan sesuatu yang mendasar dalam kehidupan dan komunikasi merupakan suatu pendidikan yang tinggi dan tidak menjadi kompetensi komunikasi yang baik.

Pengertian komunikasi menurut Deddy Mulyana terdiri atas tiga konseptual yaitu komunikasi sebagai interaksi, komunikasi sebagai interaksi dan komunikasi sebagai tindakan satu arah. Pengertian komunikasi menurut Ruben dan Steward adalah suatu proses mengaitkan individu yang satu dengan individu yang lainnya dalam suatu komunitas, kelompok, organisasi dan masyarakat yang menciptakan dan merespon pesan dengan tujuan beradaptasi dengan lingkungan yang satu dengan lainnya. Pengertian komunikasi menurut Everett M. Rogers

adalah sebuah proses dimana ide dialihkan dari satu sumber ke penerima lainnya dengan tujuan untuk mengubah pola perilaku mereka.

Komunikasi adalah penyampain pesan, harapan, gagasan yang disampaikan melalui lambang tertentu yang mengandung arti, dilakukan oleh penyampai pesan (*source, communicator, sender*) ditujukan kepada penerima pesan (*receiver, communicant, audience*) dengan maksud mencapai kesamaan (*commonness*).³ Komunikasi dalam bahasa inggris "*communication*" yang berasal dari bahasa latin yaitu "*comunis*" yang berarti sama (sama makna).⁴ Apabila kita mengadakan komunikasi pada hakekatnya adalah membuat komunikan dan komunikator sama dan sesuai untuk satu pesan.

Pola komunikasi yang digunakan oleh suatu masyarakat juga sangat dipengaruhi oleh latar belakang budaya masyarakat tersebut. Masyarakat dipahami sebagai suatu sistem, di dalam sistem tersebut antara individu datu dengan individu lainnya, antara komponen dengan komponen lainnya, antara kelompok satu dengan kelompok lainnya atau dengan suatu lembaga dengan lembaga lainnya terjadi interaksi sosial dan kehidupan sehari-hari.⁵

Faktor lain yang sangat mempengaruhi aktivitas seorang individu dalam suatu masyarakat dalam berkomunikasi adalah struktur masyarakat dimana dia tinggal. Menurut Max Webber, proses dan pola komunikasi yang terjadi di tengah masyarkat bukan hanya dipengaruhi oleh emosional dan moral pribadi, akan tetapi juga masyarakat sebagai referensi mereka. Referensi yang ada di

³ A.W Widjaya. "*Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*". (Jakarta, Bumi Aksara, 1993) hal 21

⁴ Onong Uchjana Efendi. "*Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*". (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2007) hal 9

⁵ Andrik Purwasito, 2002 : 81

masyarakat itu adalah struktur sosial, adat kebiasaan masyarakat, pengaruh penggunaan instrument produksi, diterapkannya hukum, peraturan dan sistem administrasi dalam penyelenggaraan proses ekonomi.⁶

Dalam hakikatnya, manusia tidak bisa hidup tanpa berkomunikasi atau sering disebut “We Can’t Not Communicate”. Komunikasi adalah sesuatu yang tidak bisa dipisahkan dari aktivitas seorang manusia, bahkan ketika manusia sedang mengkhayalpun sebenarnya manusia sedang berkomunikasi dengan dirinya sendiri. Dalam berkomunikasi, tentu manusia memiliki masing – masing cara, tujuan, bagaimana dan kepada siapa informasi itu ditujukan. Dalam formulasi Harold D. Laswell itu biasa disebut *who* (siapa) , *says what* (mengatakan apa) , *in which channel* (lewat saluran mana) , *to whom* (kepada siapa) , *with what effect* (efek apa yang diharapkan). Dan jelas masing – masing orang mempunyai berbagai perbedaan dalam mengaktualisasikan komunikasi tersebut. Oleh karena itu, di dalam komunikasi dikenal pola – pola tertentu sebagai manifestasi perilaku manusia dalam berkomunikasi.

Persepsi adalah inti dari komunikasi, sedangkan penafsiran atau interpretasi adalah inti dari persepsi, yang identik dengan penyandian atau decoding dalam proses komunikasi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, persepsi adalah tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu. Proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya. Jalaludin Rakhmat menyatakan persepsi adalah pengamatan tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan

⁶ Andrik Purwasito, 2002 : 91

menafsirkan pesan.⁷ Sedangkan, Suharman menyatakan: “persepsi merupakan suatu proses menginterpretasikan atau menafsir informasi yang diperoleh melalui sistem alat indera manusia”.⁸ Menurutny ada tiga aspek di dalam persepsi yang dianggap relevan dengan kognisi manusia, yaitu pencatatan indera, pengenalan pola, dan perhatian.

Dari paparan diatas, secara sederhana, persepsi merupakan suatu proses yang dimulai dari penglihatan hingga terbentuk tanggapan diri individu sehingga individu sadar akan segala sesuatu dalam lingkungannya melalui indera-indera yang dimilikinya. Sehingga kemudian karena adanya faktor-faktor yang mempengaruhi, menjadikan persepsi individu berbeda satu sama lain dan akan berpengaruh pada individu dalam mempersepsi suatu objek, stimulus, meskipun objek tersebut benar-benar sama. Walaupun persepsi juga dipengaruhi oleh pengalaman, proses belajar, dan pengetahuannya, pada dasarnya proses terbentuknya persepsi terjadi pada individu yang kita kenal diri seseorang.

Ditinjau dari pola yang dilakukan, ada beberapa jenis yang dapat dikemukakan. Menurut beberapa ahli Komunikasi pola komunikasi ada enam :

- 1) Komunikasi intra pribadi (*Intrapersonal communication*)
- 2) Komunikasi antar pribadi (*Interpersonal communication*)
- 3) Komunikasi kelompok kecil (*Small group communication*)
- 4) Komunikasi organisasi (*Organizational communication*)
- 5) Komunikasi Massa (*Mass communication*)
- 6) Komunikasi public (*Public communication*)

⁷ Jalaludin Rakhmat 2007: 51

⁸ Suharman 2005: 23

Namun, Joseph A. Devito membagi pola komunikasi menjadi lima, yakni : Komunikasi antar pribadi, Komunikasi kelompok kecil, Komunikasi public, Komunikasi antar budaya dan Komunikasi massa

B. Macam-Macam Level Kontek Komunikasi

Beberapa pola komunikasi diatas tersebut, nyata telah mampu membentuk sebuah arus komunikasi tersendiri. Dan dengan adanya kelebihan di masing – masing pola akan memberikan pengaruh terhadap sistem komunikasi di Indonesia. Untuk melihat seberapa jauh pola – pola tersebut mempengaruhi sistem komunikasi Indonesia maka kita akan membahas satu – persatu mengenai pola – pola komunikasi tersebut.

1. Intrapersonal Communication

Komunikasi intrapersonal adalah penggunaan bahasa atau pikiran yang terjadi di dalam diri komunikator sendiri. Komunikasi intrapersonal merupakan keterlibatan internal secara aktif dari individu dalam pemrosesan simbolik dari pesan-pesan. Seorang individu menjadi pengirim sekaligus penerima pesan, memberikan umpan balik bagi dirinya sendiri dalam proses internal yang berkelanjutan. Komunikasi intrapersonal dapat menjadi pemicu bentuk komunikasi yang lainnya. Pengetahuan mengenai diri pribadi melalui proses-proses psikologis seperti persepsi dan kesadaran (awareness) terjadi saat berlangsungnya komunikasi intrapribadi oleh komunikator. Untuk memahami apa yang terjadi ketika orang saling berkomunikasi, maka seseorang perlu untuk mengenal diri mereka sendiri dan orang lain. Karena pemahaman ini diperoleh

melalui proses persepsi. Maka pada dasarnya letak persepsi adalah pada orang yang mempersepsikan, bukan pada suatu ungkapan ataupun obyek.

2. Komunikasi Antar Pribadi

Menurut DeVito Komunikasi antar pribadi merupakan pengiriman pesan-pesan dari seorang dan diterima oleh orang yang lain, atau sekelompok orang dengan efek dan umpan balik yang langsung.⁹ Menurut Joseph A. DeVito dalam bukunya *The Interpersonal Communication Book*¹⁰, komunikasi antarpribadi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan - pesan antara dua orang atau di antara sekelompok kecil orang - orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika (*the process of sending and receiving messages between two persons, or among a small group of persons, with some effect and some immediate feedback*).

Effendy mengemukakan bahwa pada hakikatnya komunikasi antar pribadi adalah komunikasi antara komunikator dengan seorang komunikan. Komunikasi jenis ini dianggap paling efektif dalam hal upaya mengubah sikap, pendapat, atau perilaku seseorang, karena sifatnya yang dialogis, berupa percakapan. Arus balik bersifat langsung. Komunikator mengetahui tanggapan komunikan ketika itu juga pada saat komunikasi dilancarkan. Komunikator mengetahui pasti apakah komunikasinya itu positif atau negatif, berhasil atau tidak. Jika tidak, ia dapat memberi kesempatan kepada komunikan untuk bertanya seluas-luasnya.

⁹ Liliweri, 1991:12

¹⁰ DeVito, 1989:4

3. Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang berlangsung antara beberapa orang dalam suatu kelompok “kecil” seperti dalam rapat, pertemuan, konperensi dan sebagainya.¹¹ Michael Burgoon dalam Wiryanto mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagi informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggota-anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota-anggota yang lain secara tepat. Kedua definisi komunikasi kelompok di atas mempunyai kesamaan, yakni adanya komunikasi tatap muka, dan memiliki susunan rencana kerja tertentu untuk mencapai tujuan kelompok.

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. Kelompok ini misalnya adalah keluarga, kelompok diskusi, kelompok pemecahan masalah, atau suatu komite yang tengah berapat untuk mengambil suatu keputusan. Dalam komunikasi kelompok, juga melibatkan komunikasi antarpribadi. Karena itu kebanyakan teori komunikasi antarpribadi berlaku juga bagi komunikasi kelompok.

4. Komunikasi Antar Budaya

¹¹ Anwar Arifin, 1984)

Komunikasi antar budaya adalah komunikasi yang terjadi di antara orang-orang yang memiliki kebudayaan yang berbeda (bisa beda ras, etnik, atau sosioekonomi, atau gabungan dari semua perbedaan ini). Kebudayaan adalah cara hidup yang berkembang dan dianut oleh sekelompok orang serta berlangsung dari generasi ke generasi.¹²

Komunikasi antar budaya, Lustig and Koester's menyatakan adalah sebuah "proses simbolik yang mana orang dari budaya – budaya yang berbeda menciptakan pertukaran arti – arti". Hal tersebut terjadi "ketika perbedaan – perbedaan budaya yang besar dan penting menciptakan interpretasi dan harapan – harapan yang tidak sama mengenai bagaimana berkomunikasi secara baik".¹³ Ringkasnya, komunikasi antar budaya menjelaskan interaksi antar individu dan kelompok – kelompok yang memiliki persepsi yang berbeda dalam perilaku komunikasi dan perbedaan dalam interpretasi

5. Komunikasi Massa

Definisi Komunikasi Massa menurut beberapa ahli :

Liliweri 1991 mendefinisikan Komunikasi massa itu memiliki unsur-unsur seperti: sumber, bidang pengalaman, pesan, saluran, gangguan, hambatan, efek, konteks maupun umpan balik. Jadi, teknologi pembagi atau media dengan massa yang disebut dengan saluran itu dipergunakan untuk mengirimkan pesan yang melintasi jarak jauh, misalnya buku, pamflet, majalah, surat kabar, warkat pos, rekaman-rekaman, televisi, gambar-gambar poster, dan bahkan saat ini ditambah lagi dengan komputer serta aplikasinya.

¹² Tubbs, Moss:1996

¹³ Lustig and Koester's menyatakan 2003: 49-51

Joseph A. Devito mendefinisikan Komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton televisi. Komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang audio dan atau visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya: televisi, radio, surat kabar, majalah, film, buku dan pita.

McQuail mendefinisikan komunikasi massa terutama dipengaruhi oleh kemampuan media massa untuk membuat produksi massa dan untuk menjangkau khalayak dalam jumlah besar. Di samping itu, ada pula makna lain _yang dianggap makna asli_ dari kata massa, yaitu makna yang mengacu pada kolektivitas tanpa bentuk, yang komponen-komponennya sulit dibedakan satu sama. Kamus bahasa Inggris memberikan definisi massa sebagai suatu kumpulan orang banyak yang tidak mengenal keberadaan individualitas. Definisi ini hampir menyerupai pengertian massa yang digunakan oleh para ahli sosiologi, khususnya bila dipakai dalam kaitannya dengan *audien* media.

C. Komunikasi Antar Pribadi / *Interpersonal Communication*

Menurut De Vito Komunikasi antar pribadi merupakan pengiriman pesan-pesan dari seorang dan diterima oleh orang yang lain, atau sekelompok orang dengan efek dan umpan balik yang langsung.¹⁴ Menurut Joseph A. Devito

¹⁴ Liliweri, 1991:12

dalam bukunya *The Interpersonal Communication Book*¹⁵, komunikasi antarpribadi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan - pesan antara dua orang atau di antara sekelompok kecil orang - orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika (*the process of sending and receiving messages between two persons, or among a small group of persons, with some effect and some immediate feedback*).

Berdasarkan definisi Devito, maka komunikasi antar pribadi adalah komunikasi yang terjadi secara dialogis, dimana saat seorang komunikator berbicara maka akan terjadi umpan balik dari komunikan sehingga terdapat interaksi. Dalam komunikasi dialogis, baik komunikator maupun komunikan, keduanya aktif dalam proses pertukaran informasi yang berlangsung dalam interaksi.

Effendy mengemukakan bahwa pada hakikatnya komunikasi antar pribadi adalah komunikasi antara komunikator dengan seorang komunikan. Komunikasi jenis ini dianggap paling efektif dalam hal upaya mengubah sikap, pendapat, atau perilaku seseorang, karena sifatnya yang dialogis, berupa percakapan. Arus balik bersifat langsung. Komunikator mengetahui tanggapan komunikan ketika itu juga pada saat komunikasi dilancarkan. Komunikator mengetahui pasti apakah komunikasinya itu positif atau negatif, berhasil atau tidak. Jika tidak, ia dapat memberi kesempatan kepada komunikan untuk bertanya seluas-luasnya.

¹⁵ Devito, 1989:4

Alo Liliweri menyimpulkan bahwa komunikasi antarpribadi mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

1. Komunikasi antar pribadi biasanya terjadi secara spontan dan terjadi sambil lalu saja
2. Komunikasi antar pribadi tidak mempunyai tujuan terlebih dahulu. Kebanyakan komunikasi antarpribadi tidak mempunyai satu tujuan yang diprogramkan terlebih dahulu, seperti pertemuan di ruang perpustakaan kemudian merencanakan belajar bersama, saling mengajak makan bersama setelah bertemu di rumah makan. Namun bisa saja komunikasi antarpribadi telah dijanjikan dan mempunyai tujuan terlebih dahulu, namun konteksnya berbeda dengan komunikasi kelompok.
3. Komunikasi antarpribadi terjadi secara kebetulan di antara peserta yang tidak mempunyai identitas yang jelas.
4. Komunikasi antarpribadi mempunyai akibat yang disengaja maupun yang tidak disengaja.
5. Komunikasi antarpribadi seringkali berlangsung berbalas-balasan
6. Komunikasi antarpribadi menghendaki paling sedikit melibatkan hubungan dua orang dengan suasana yang bebas, bervariasi, adanya keterpengaruhan
7. Komunikasi antarpribadi tidak dikatakan sukses jika tidak membuahkan hasil
8. Komunikasi antarpribadi menggunakan lambang-lambang bermakna.¹⁶

¹⁶ Liliweri, 1991: 13-19

Ada tujuh sifat yang menunjukkan bahwa suatu komunikasi antara dua orang merupakan komunikasi antarpribadi. Sifat-sifat komunikasi antar pribadi itu adalah:

1. Komunikasi antar pribadi melibatkan di dalamnya perilaku verbal dan nonverbal.
2. Komunikasi antarpribadi melibatkan pernyataan atau ungkapan yang spontan.
3. Komunikasi antarpribadi tidaklah statis melainkan dinamis.
4. Komunikasi antarpribadi melibatkan umpan balik pribadi, hubungan interaksi dan koherensi (pernyataan yang satu harus berkaitan dengan yang lain sebelumnya).
5. Komunikasi antarpribadi dipandu oleh tata aturan yang bersifat intrinsik dan ekstrinsik .
6. Komunikasi antarpribadi merupakan suatu kegiatan dan tindakan.
7. Komunikasi antarpribadi melibatkan di dalamnya bidang persuasive.¹⁷

Komunikasi Antarpribadi, Alo Liliweri mengutip pendapat Joseph A.Devito mengenai cirri komunikasi antarpribadi yang efektif, yaitu:

- a. Keterbukaan (*openness*)

Kemauan menanggapi dengan senang hati informasi yang diterima di dalam menghadapi hubungan antarpribadi. Kualitas keterbukaan mengacu pada tiga aspek dari komunikasi interpersonal. Pertama, komunikator interpersonal yang efektif harus terbuka kepada komunikannya. Ini tidaklah berarti bahwa orang harus dengan segera

¹⁷ Ibid

membukakan semua riwayat hidupnya. Memang ini mungkin menarik, tetapi biasanya tidak membantu komunikasi. Sebaliknya, harus ada kesediaan untuk membuka diri mengungkapkan informasi yang biasanya disembunyikan, asalkan pengungkapan diri ini patut dan wajar.

Aspek kedua mengacu pada kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang. Orang yang diam, tidak kritis, dan tidak tanggap pada umumnya merupakan komunikan yang menjemukan. Bila ingin komunikan bereaksi terhadap apa yang komunikator ucapkan, komunikator dapat memperlihatkan keterbukaan dengan cara bereaksi secara spontan terhadap orang lain.

Aspek ketiga menyangkut kepemilikan perasaan dan pikiran dimana komunikator mengakui bahwa perasaan dan pikiran yang diungkapkannya adalah miliknya dan ia bertanggung jawab atasnya.

b. Empati (*empathy*)

Empati adalah kemampuan seseorang untuk mengetahui apa yang sedang dialami orang lain pada suatu saat tertentu, dari sudut pandang orang lain itu, melalui kacamata orang lain itu. Berbeda dengan simpati yang artinya adalah merasakan bagi orang lain. Orang yang berempati mampu memahami motivasi dan pengalaman orang lain, perasaan dan sikap mereka, serta harapan dan keinginan mereka untuk masa mendatang sehingga dapat mengkomunikasikan empati, baik secara verbal maupun non-verbal.

c. Dukungan (*supportiveness*)

Situasi yang terbuka untuk mendukung komunikasi berlangsung efektif. Hubungan interpersonal yang efektif adalah hubungan dimana terdapat sikap mendukung. Individu memperlihatkan sikap mendukung dengan bersikap deskriptif bukan evaluatif, spontan bukan strategik.

d. Rasa Positif (*positiveness*)

Seseorang harus memiliki perasaan positif terhadap dirinya, mendorong orang lain lebih aktif berpartisipasi, dan menciptakan situasi komunikasi kondusif untuk interaksi yang efektif.

e. Kesetaraan (*equality*)

Komunikasi antarpribadi akan lebih efektif bila suasananya setara. Artinya, ada pengakuan secara diam-diam bahwa kedua belah pihak menghargai, berguna, dan mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan. Kesetaraan meminta kita untuk memberikan penghargaan positif tak bersyarat kepada individu lain.¹⁸

Komunikasi antarpribadi sebenarnya merupakan suatu proses sosial dimana orang-orang yang terlibat di dalamnya saling mempengaruhi. Proses saling mempengaruhi ini merupakan suatu proses bersifat psikologis dan karenanya juga merupakan permulaan dari ikatan psikologis antarmanusia yang memiliki suatu pribadi.

Dalam komunikasi antar pribadi, Joseph Luft menekankan bahwa setiap orang bisa mengetahui dan tidak mengetahui tentang dirinya, maupun orang lain.

Hal ini digambarkan dalam Johari Window (Jendela Johari) yakni:

¹⁸ Liliweri, 1991: 13

<p>I</p> <p>OPEN AREA</p> <p>Known by ourselves and known by others</p>	<p>II</p> <p>BLIND AREA</p> <p>Known by others but not known by ourselves</p>
<p>III</p> <p>HIDDEN AREA</p> <p>Known by ourselves but not known by others</p>	<p>IV</p> <p>UNKNOWN AREA</p> <p>Not known by ourselves and not known by others</p>

Berdasarkan konsep tersebut, tingkah laku manusia dapat digambarkan secara skematis seperti terlihat pada skema di atas :

- Bidang I, yakni Bidang Terbuka (Open Area) menunjukkan bahwa kegiatan yang dilakukan oleh seseorang disadari sepenuhnya oleh yang bersangkutan, juga oleh orang lain, yang berarti terdapat keterbukaan, dengan lain perkataan tidak ada yang disembunyikan kepada orang lain.
- Bidang II, yakni Bidang Buta (Blind Area) menggambarkan bahwa kegiatan seseorang diketahui oleh orang lain, tetapi dirinya sendiri tidak menyadari apa yang ia lakukan.
- Bidang III, yakni Bidang Tersembunyi (Hidden Area) yaitu bahwa kegiatan yang dilakukan oleh seseorang disadari sepenuhnya olehnya, tetapi tidak dapat diketahui oleh orang lain. Ini berarti bahwa orang seperti itu bersikap tertutup.

- Bidang IV, adalah Bidang Tak Dikenal (Unknown Area). Bidang ini menggambarkan bahwa tingkah laku seseorang tidak disadari oleh dirinya sendiri dan tidak diketahui oleh orang lain.¹⁹

Fungsi dan keampuhan komunikasi antarpribadi dibandingkan dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya, komunikasi antarpribadi dinilai paling ampuh dalam kegiatan mengubah sikap, kepercayaan, opini, dan perilaku komunikan. Alasannya adalah komunikasi antarpribadi umumnya berlangsung secara tatap muka (*face-to-face*). Oleh karena itu individu (komunikator) dengan individu (komunikan) saling bertatap muka, maka terjadilah kontak pribadi (*personal contact*); pribadi komunikator menyentuh pribadi komunikan. Ketika komunikator menyampaikan pesan, umpan balik berlangsung seketika (*immediate feedback*); komunikator mengetahui pada saat itu tanggapan komunikan terhadap pesan, ekspresi wajah, dan gaya bicara komunikator. Apabila umpan baliknya positif, artinya tanggapan komunikan menyenangkan komunikator, sehingga komunikator mempertahankan gaya komunikasinya; sebaliknya jika tanggapan komunikan negatif, komunikator harus mengubah gaya komunikasinya sampai berhasil.

Oleh karena keampuhan dalam mengubah sikap, kepercayaan, opini, dan perilaku komunikan itulah maka bentuk komunikasi antarpribadi acapkali dipergunakan untuk melancarkan komunikasi persuasif (*persuasive communication*) yakni suatu teknik komunikasi secara psikologis manusiawi yang sifatnya halus, luwes berupa ajakan, bujukan atau rayuan.²⁰

¹⁹ Liliweri, 1991

²⁰ Effendy, 2003:61

Adapun fungsi komunikasi antarpribadi ialah berusaha meningkatkan hubungan insan (*human relations*), menghindari dan mengatasi konflik-konflik pribadi, mengurangi ketidakpastian sesuatu, serta berbagi pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain. Melalui komunikasi antarpribadi, individu dapat berusaha membina hubungan yang baik dengan individu lainnya, sehingga menghindari dan mengatasi terjadinya konflik-konflik di antara individu-individu tersebut.²¹

D. Komunikasi Interpersonal ke Media

Berdasarkan teori unsur komunikasi Harold D. Laswell, komunikasi juga didukung oleh keberadaan saluran maupun media sebagai alat yang digunakan oleh sang komunikator untuk menyampaikan pesan. Baik melalui *interface* (tatap muka langsung), maupun komunikasi media yang menggunakan media – media tertentu sebagai sarannya.

Bila komunikasi dengan tatap muka memiliki keuntungan yaitu komunikator dapat melihat respon balik dari komunikan, tetapi jenis komunikasi ini juga memakan waktu untuk melakukan pertemuan. Sedangkan pada komunikasi interpersonal bermedia, alat komunikasi yang dapat digunakan contohnya adalah computer, bahkan computer portable (laptop, i-pad), maupun ponsel, dan smartphone. Sehingga, media saat ini merupakan alat bantu komunikasi yang sangat efektif.

Berbagai alat komunikasi berbasis teknologi informasi tersebut kini lebih sering digunakan oleh masyarakat karena dapat menghemat tenaga, waktu, dan biaya. Menurut Edward Sapir, komunikasi sebagai suatu pola hubungan social,

²¹ Cangara, 2005:56

membentuk jaringan yang terdiri dari jaringan komunikasi tradisional (lama), dan jaringan komunikasi modern (baru). Pola komunikasi lama/tradisional ini berciri komunikasi langsung secara tatap-muka. Sehingga terjelma hubungan interpersonal yg mendalam, hubungan dengan status yg berbeda (patron-client), serta pemberi pesan dinilai oleh penerima berdasarkan identitasnya (siapa yang berbicara dan bukan apa isinya). Sementara jaringan komunikasi modern, memiliki ciri adanya inovator (penggagas dan pencipta media), dan melalui piranti media.

Bila komunikasi media identik dengan komunikasi massa, maka komunikasi medio adalah komunikasi interpersonal yang menggunakan media sebagai pirantinya. Piranti media dalam komunikasi interpersonal dapat beragam. Semisal bila anda menggunakan sms, BBM, maupun message ke akun facebook teman anda, maka saat itu anda sedang melakukan komunikasi medio. Pada dasarnya komunikasi medio adalah komunikasi yang terjadi dengan bantuan teknologi informasi modern seperti telepon, HP, computer, dan internet. Sehingga memudahkan kita untuk berkomunikasi tanpa terhalang jarak, waktu dan tenaga.

Hadirnya teknologi informasi yang memudahkan seseorang untuk berkomunikasi ini juga disertai dengan beberapa bahasa non verbal pengganti. Sehingga seolah sensasi dalam komunikasi interface sedikit tergantikan dengan adanya icon – icon pada layanan blackberry messenger anda misalnya. Ketika seseorang sedang chatting dengan lawan bicaranya dan ia merasa sedang happy, icon senyum, tersipu – sipu, tertawa lebar maupun tertawa terpingkal – pingkal

dapat menjadi pilihan icon untuk menyampaikan perasaan yang sedang dialaminya.²²

E. Pemanfaatan Internet

Seperti yang kita tahu, penemuan internet dan pengembangannya yang begitu pesat telah mampu mengubah tatanan komunikasi antarmanusia. Interaksi tatap muka, kini bergeser ke arah penggunaan media, khususnya internet dan telepon seluler. Internet memungkinkan hampir semua orang di belahan dunia mana pun untuk saling berkomunikasi dengan cepat dan mudah.

Bisnis prostitusi sudah ada sejak puluhan bahkan ratusan tahun yang lalu. Munculnya bisnis prostitusi online adalah salah satu bentuk pergesaran cara, dimana cara online ini tentu sangat memudahkan bagi pelakunya. Tidak ada yang salah dengan teknologi dan media online, tetapi bagaimana kita sebagai pengguna memilih apa yang bisa atau tidak untuk dilakukan. Pelaku maupun pelanggan memanfaatkan media internet ini sebagai wadah untuk transaksinya. Aktivitas komunikasi dalam dunia maya sekarang ini semakin luas penggunaan dan intensitasnya. Munculnya fitur-fitur jejaring sosial (*social network*) seperti *Yahoo Messenger*, *Tagged*, dan *Facebook* semakin memudahkan setiap orang untuk saling berkomunikasi secara personal melalui internet. Apalagi setelah media komunikasi personal seperti telepon seluler (*handphone*) menyediakan fasilitas untuk hal tersebut. Internet yang bisa meliputi situs website, social media dan instans messenger digunakan untuk memudahkan komunikasi transaksi kedua belah pihak.

²² http://roprocs.blogspot.co.id/2010/12/saluran-komunikasi-interpersonal_14.html

Dalam proses transaksi prostitusinya, penjaja seks online ini menggunakan media *instan messenger* WeChat. Penjaja seks memiliki akun WeChat yang bisa diakses oleh para calon pelanggannya dengan cara memposisikan akunnya pada status online atau terhubung, sehingga pelanggan bisa menghubungi pelaku dengan cara lihat orang sekitar dari fiturnya.

F. Komunikasi Interpersonal Transaksi Prostitusi

Dalam komunikasi antarpribadi pun dikenal transaksi. Yang dipertukarkan adalah pesan-pesan baik verbal maupun nonverbal. Model komunikasi transaksional berarti proses yang terjadi bersifat kooperatif, pengirim dan penerima sama-sama bertanggung jawab dampak dan efektivitas komunikasi yang terjadi. Model komunikasi transaksional membangun kesadaran kita bahwa antara pesan satu dengan pesan yang lain saling berhubungan, saling ketergantungan. Asumsi model ini adalah ketika komunikasi terjadi terus menerus, kita akan berurusan dengan elemen verbal dan non verbal, artinya para komunikator sedang menegosiasikan makna. Ketika anda mendengarkan seseorang yang berbicara, sebenarnya pada saat itu bisa saja anda pun mengirimkan pesan secara nonverbal (isyarat tangan, ekspresi wajah, nada suara, dan sebagainya) kepada pembicara tadi.

Dalam konteks ini komunikasi adalah suatu proses personal karena makna atau pemahaman yang kita peroleh pada dasarnya bersifat pribadi. Menggunakan pandangan ini, tampak bahwa komunikasi bersifat dinamis. Pandangan inilah yang disebut komunikasi sebagai transaksi, yang lebih sesuai untuk komunikasi tatap muka yang memungkinkan pesan atau respons verbal dan nonverbal bisa diketahui secara langsung. Kelebihan konseptualisasi komunikasi sebagai transaksi adalah

bahwa komunikasi tersebut tidak membatasi kita pada komunikasi yang disengaja atau respons yang dapat diamati. Artinya, komunikasi terjadi apakah para pelakunya menyengajanya atau tidak, dan bahkan meskipun menghasilkan respons yang tidak dapat diamati. Jenis transaksi terbaik dalam komunikasi antar pribadi karena terjadi kesamaan makna terhadap pesan yang mereka pertukarkan, pesan yang satu dilengkapi oleh pesan yang lain meskipun dalam jenis sikap ego yg berbeda.

Berkaitan dengan prostitusi online, walaupun pada awalnya transaksi lewat online tidak melalui tatap muka. Transaksi dilakukan melalui piranti media komunikasi teknologi canggih dewasa ini, misalkan melalui internet dan alat-alat penunjang komunikasi seperti computer, handphone dan smarthphone. Pesan-pesan yang disampaikan menyangkut jasa dari prostitusi akan dimuat dalam transaksi komunikasinya. Pelaku dari komunikasi transaksional antarpribadi ini bisa meliputi bahasan yang terkait di dalam teori penetrasi sosial, pertukaran sosial maupun keterbukaan atau tertutupun dari para pelaku tersebut.

1. Teori Penetrasi Sosial

Pada tahun 1973 teori penetrasi sosial ini dikembangkan oleh Irwin Altman dan Dalmis Taylor. Adapun asumsi dasar dari teori penetrasi sosial ini adalah : ketika suatu hubungan tertentu antar individu menjadi berkembang, maka komunikasi akan mengalami pergeseran dari asalnya yang dangkal atau tidak intim, menjadi lebih personal atau lebih intim.

Perlu digarisbawahi bahwa Teori Penetrasi Sosial tetap memiliki batasan permanen yang menjaga kedekatan hubungan antara individu-individu yang menjalin interaksi. Seperti halnya jika individu terlalu membuka privasinya,

maka diwaktu mendatang akan sulit untuk menjaga privasi individu tersebut. Karena ketika informasi diri yang sangat privasi diungkapkan, maka proses menutupi kembali hal-hal yang bersifat privasi akan sangat sulit dilakukan, dan akan memerlukan waktu yang cukup lama untuk melakukannya.

2. Teori Pertukaran Sosial

Sudut pandang Pertukaran Sosial berpendapat bahwa orang menghitung nilai keseluruhan dari sebuah hubungan dengan mengurangi pengorbanannya dari penghargaan yang diterima.²³

Tokoh-tokoh yang mengembangkan teori pertukaran sosial antara lain adalah psikolog John Thibaut dan Harlod Kelley (1959), sosiolog George Homans (1961), Richard Emerson (1962), dan Peter Blau (1964). Berdasarkan teori ini, kita masuk ke dalam hubungan pertukaran dengan orang lain karena dari padanya kita memperoleh imbalan. Dengan kata lain hubungan pertukaran dengan orang lain akan menghasilkan suatu imbalan bagi kita. Seperti halnya teori pembelajaran sosial, teori pertukaran sosial pun melihat antara perilaku dengan lingkungan terdapat hubungan yang saling mempengaruhi (*reciprocal*). Karena lingkungan kita umumnya terdiri atas orang-orang lain, maka kita dan orang-orang lain tersebut dipandang mempunyai perilaku yang saling mempengaruhi. Dalam hubungan tersebut terdapat unsur imbalan (*reward*), pengorbanan (*cost*) dan keuntungan (*profit*). Imbalan merupakan segala hal yang diperoleh melalui adanya pengorbanan, pengorbanan merupakan semua hal yang dihindarkan, dan

²³ Monge dan Contractor, 2003

keuntungan adalah imbalan dikurangi oleh pengorbanan. Jadi perilaku sosial terdiri atas pertukaran paling sedikit antar dua orang berdasarkan perhitungan untung-rugi.

Pertukaran terjadi dalam beberapa bentuk dalam matriks, antara lain, pertukaran langsung, pertukaran tergeneralisasi dan pertukaran produktif. Dalam pertukaran langsung (*Direct Exchange*), timbal balik dibatasi pada kedua aktor yang terlibat. Pertukaran tergeneralisasi (*Generalized Exchange*) melibatkan timbale balik yang bersifat tidak langsung. Seseorang memberikan kepada orang lain, dan penerima merespon tetapi tidak kepada orang pertama.akhirnya, pertukaran dapat bersifat produktif, yaitu kedua aktor harus saling berkontribusi agar keduanya memperoleh keuntungan.

Dalam pertukaran langsung dan tergeneralisasi, satu orang diuntungkan oleh nilai yang dimiliki oleh orang yang lainnya. Satu orang menerima penghargaan, sementara yang satunya mengalami pengorbanan. Dalam pertukaran produktif (*Productive Exchange*), kedua orang mengalami pengorbanan dan mendapatkan penghargaan secara simultan.²⁴

Terkait dalam praktik prostitusi online, pertukaran ini dilakukan langsung antara pelanggan dengan penjaja seks online. Pelanggan diuntungkan oleh kepuasan secara psikologi, kemudian penjaja seks online diuntungkan secara materi atau profit, mungkin penjaja bisa diuntungkan juga secara psikologi. Hal- hal demikian terkait faktor-faktor yang mempengaruhi transaksi komunikasi, yaitu induksi, afeksi dan control.

²⁴ <http://blog.unnes.ac.id/sakapleng/2015/11/14/teori-pertukaran-sosial-social-exchange-theory/>

3. Teori Kebutuhan Antar Pribadi (*FIRO – Fundamental Interpersonal Relations Orientations*)

Diutarakan oleh William Schutz (1958) dengan Postulat Schutz-nya yang berbunyi bahwa setiap manusia memiliki tiga kebutuhan antarpribadi yang disebut dengan inklusif kontrol dan afeksi. Asumsi dasar teori ini adalah bahwa manusia dalam hidupnya membutuhkan manusia lain (manusia sebagai makhluk sosial).

Konsep antarpribadi menjelaskan tentang adanya suatu hubungan yang terjadi antara manusia. Sedangkan konsep kebutuhan menjelaskan tentang suatu keadaan atau kondisi dari individu, apabila tidak dihadirkan atau ditampilkan akan menghasilkan suatu akibat yang tidak menyenangkan bagi individu. Ada tiga macam kebutuhan antarpribadi, yaitu kebutuhan antarpribadi untuk inklusi, kebutuhan antarpribadi untuk kontrol, dan kebutuhan antarpribadi untuk afeksi.

- a. **Kebutuhan antarpribadi untuk inklusi**, yaitu kebutuhan untuk mengadakan dan mempertahankan komunikasi antarpribadi yang memuaskan dengan orang lain, sehubungan dengan interaksi dan asosiasi. Tingkah laku inklusi adalah tingkah laku yang ditujukan untuk mencapai kepuasan individu. Misalnya keinginan untuk asosiasi, bergabung dengan sesama manusia, berkelompok. Tingkah laku inklusi yang positif memiliki ciri-ciri: ada persamaan dengan orang lain, saling berhubungan dengan orang lain, ada rasa menjadi satu bagian kelompok dimana ia berada, berkelompok atau

bergabung. Tingkah laku inklusi yang negatif misalnya menyendiri dan menarik diri.

b. Kebutuhan antarpribadi untuk control adalah kebutuhan untuk mengadakan serta mempertahankan komunikasi yang memuaskan dengan orang lain berhubungan dengan kontrol dan kekuasaan. Proses pengambilan keputusan menyangkut boleh atau tidaknya seseorang untuk melakukan sesuatu perlu ada suatu kontrol dan kekuasaan. Tingkah laku kontrol yang positif, yaitu: mempengaruhi, mendominasi, memimpin, mengatur. Sedangkan tingkah laku kontrol yang negatif, yaitu: memberontak, mengikut, menurut.

c. Kebutuhan antarpribadi untuk afeksi yaitu kebutuhan untuk mengadakan serta mempertahankan komunikasi antarpribadi yang memuaskan dengan orang lain sehubungan dengan cinta dan kasih sayang. Afeksi selalu menunjukkan hubungan antara dua orang atau dua pihak. Tingkah laku afeksi adalah tingkah laku yang ditujukan untuk mencapai kebutuhan antarpribadi akan afeksi. Tingkah laku afeksi menunjukkan akan adanya hubungan yang intim antara dua orang dan saling melibatkan diri secara emosional. Afeksi hanya akan terjadi dalam hubungan antara dua orang (diadic – Frits Heider, 1958). Tingkah laku afeksi yang positif: cinta, intim/akrab, persahabatan, saling menyukai. Tingkah laku afeksi yang negatif: kebencian, dingin/tidak akrab, tidak menyukai, mengambil jarak emosional. Ada beberapa tipe afeksi, yaitu :

- a. Tipe afeksi yang ideal (personal); seseorang yang mendapat kepuasan dalam memenuhi kebutuhan antarpribadi untuk afeksinya.
- b. Tipe afeksi yang kekurangan (underpersonal); seseorang dengan tipe ini memiliki kecenderungan untuk selalu menghindari setiap keterikatan yang sifatnya intim dan mempertahankan hubungan dengan orang lain secara dangkal dan berjarak.
- c. Tipe afeksi yang berlebihan (overpersonal); seseorang yang cenderung berhubungan erat dengan orang lain dalam tingkah laku antarpribadinya.
- d. Tipe afeksi yang patologis; seseorang yang mengalami kesukaran dan hambatan dalam memenuhi kebutuhan antarpribadi afeksinya, besar kemungkinan akan jatuh dalam keadaan neorosis.

Kecenderungan yang muncul dalam transaksi prostitusi berkaitan dengan teori kebutuhan adalah mengenai afeksi. Karena dalam transaksinya melibatkan ikatan emosional atau psikologis antara pelanggan dengan penjaja seks. Pelanggan mendapatkan kepuasan secara psikologis yang diberikan oleh pelayanan penjaja seks tersebut. Sedangkan penjaja seks mendapatkan kepuasan secara materi dari imbalan atau upah yang diberikan pelanggan dengan mengorbankan tubuhnya untuk dinikmati.

4. Teori Johari Window atau Jendela Johari

Jendela johari adalah “model yang menjelaskan tingkat keterbukaan dan tingkat kesadaran tentang diri kita. Model ini penting dalam komunikasi antarpribadi”. Johari window adalah jendela dengan empat bagian yang menggambarkan bahwa manusia terdiri atas empat self (diri). Namun johari berasal dari singkatan nama penemunya, yakni Joseph Luft dan Harry Ingham.

<p>I</p> <p>OPEN AREA</p> <p>Known by ourselves and known by others</p>	<p>II</p> <p>BLIND AREA</p> <p>Known by others but not known by ourselves</p>
<p>III</p> <p>HIDDEN AREA</p> <p>Known by ourselves but not known by others</p>	<p>IV</p> <p>UNKNOWN AREA</p> <p>Not known by ourselves and not known by others</p>

Berdasarkan konsep tersebut, tingkah laku manusia dapat digambarkan secara skematis seperti terlihat pada skema di atas :

- Bidang I, yakni Bidang Terbuka (Open Area) menunjukkan bahwa kegiatan yang dilakukan oleh seseorang disadari sepenuhnya oleh yang bersangkutan, juga oleh orang lain, yang berarti terdapat keterbukaan, dengan lain perkataan tidak ada yang disembunyikan kepada orang lain.

- Bidang II, yakni Bidang Buta (Blind Area) menggambarkan bahwa kegiatan seseorang diketahui oleh orang lain, tetapi dirinya sendiri tidak menyadari apa yang ia lakukan.
- Bidang III, yakni Bidang Tersembunyi (Hidden Area) yaitu bahwa kegiatan yang dilakukan oleh seseorang disadari sepenuhnya olehnya, tetapi tidak dapat diketahui oleh orang lain. Ini berarti bahwa orang seperti itu bersikap tertutup.
- Bidang IV, adalah Bidang Tak Dikenal (Unknown Area). Bidang ini menggambarkan bahwa tingkah laku seseorang tidak disadari oleh dirinya sendiri dan tidak diketahui oleh orang lain.

G. Media Sosial (Social Media)

a. Definisi Media Sosial

Media sosial adalah media *online* yang mendukung interaksi sosial. Sosial media menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain : *WeChat*, *Blog*, *Twitter*, *Facebook* dan *Wikipedia*. Definisi lain dari sosial media juga dijelaskan oleh Anthony Mayfield (2008). Menurutnya sosial media adalah media dimana penggunaanya dengan mudah berpartisipasi di dalamnya, berbagi dan menciptakan pesan, termasuk blog, jejaring sosial, wiki/ensiklopedia *online*, forum-forum maya, termasuk *virtual worlds* (dengan avatar/karakter 3D).²⁵

b. Fungsi Sosial Media

²⁵ http://prezi.com/vddmcub-ss/_sosial-media-definisi-fungsi-karakteristik/ diakses pada tanggal 19 september 2015 pukul 18.00

Sosial media memiliki beberapa fungsi sebagai berikut:²⁶

- a. Sosial media adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia menggunakan internet dan teknologi web.
- b. Sosial media berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak *audience* (“one to many”) menjadi praktik komunikasi dialogis antar banyak *audience* (“many to many”).
- c. Sosial media mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.

c. Karakteristik Sosial Media

Berikut beberapa karakteristik yang ada pada sosial media :²⁷

a. Partisipasi

Mendorong kontribusi dan umpan balik dari setiap orang yang tertarik atau berminat menggunakannya, hingga mengaburkan batas antara media dan *audience* (media massa/media siaran).

b. Keterbukaan

Kebanyakan media sosial terbuka bagi umpan balik dan partisipasi melalui sarana-sarana voting, komentar dan berbagi informasi. Jarang sekali dijumpai batasan untuk mengakses dan memanfaatkan isi pesan (perlindungan *password* terhadap isi cenderung dianggap aneh).

²⁶ <http://prezi.com/vddmcub-ss/sosial-media-definisi-fungsi-karakteristik/> diakses pada tanggal 19 september 2015 pukul 18.00

²⁷ <http://prezi.com/vddmcub-ss/sosial-media-definisi-fungsi-karakteristik/> diakses pada tanggal 19 september 2015 pukul 18.00

c. Perbincangan

Memungkinkan terjadinya perbincangan antar pengguna secara “dua arah”.

d. Komunitas

Media sosial memungkinkan terbentuknya komunitas-komunitas secara cepat (instan) dan berkomunikasi secara efektif tentang beragam isu/kepentingan (dari hobi fotografi, politik, hingga tayangan TV favorit).

e. Keterhubungan

Mayoritas media sosial tumbuh subur lantaran kemampuan melayani keterhubungan antar pengguna, melalui fasilitas tautan (links) ke website, sumber-sumber informasi dan pengguna-pengguna lain.

H. Prostitusi Online

Prostitusi atau juga bisa disebut pelacuran berasal dari bahasa latin yaitu *pro-situare* yang berarti membiarkan diri berbuat zina, melakukan perbuatan persundalan, pencabulan, pergendakan. Dalam bahasa Inggris prostitusi disebut *prostitution* yang artinya tidak jauh beda dengan bahasa latin yaitu pelacuran, persundalan atau ketunasusilaan. Orang yang melakukan perbuatan prostitusi disebut pelacur yang dikenal juga dengan WTS atau Wanita Tuna Susila.²⁸

Pelacuran dalam kamus Bahasa Indonesia dijelaskan berasal dari kata lacur yang berarti malang, celaka, sial, gagal, atau buruk laku. Pelacur adalah perempuan yang melacur, sundal, wanita tuna susila. Pelacuran adalah perihal

²⁸ Kartini Kartono, *Patalogi Sosial* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada 1997), Jil I Edisi 2, hal 177

menjual diri sebagai pelacur, penyundalan.²⁹ Menurut Willian Benton dalam *Encyclopedia Britanica*, pelacuran dijelaskan sebagai praktek hubungan seksual yang dilakukan sesaat, yang kurang lebih dilakukan dengan siapa saja (*promiskuitas*)³⁰ untuk imbalan berupa uang.³¹

Sedangkan secara terminologis, pelacuran atau prostitusi adalah penyediaan layanan seksual yang dilakukan oleh laki-laki atau perempuan untuk mendapatkan uang atau kepuasan.³² Menurut Mulia, T.S.G et.al dalam ensiklopedia Indonesia dijelaskan bahwa pelacuran itu bisa dilakukan baik oleh kaum wanita maupun pria. Jadi ada persamaan predikat pelacuran antara laki-laki dan wanita yang bersama-sama melakukan perbuatan hubungan kelamin diluar perkawinan. Dalam hal ini cabul tidak hanya berupa hubungan kelamin diluar nikah saja, akan tetapi termasuk pula peristiwa homoseksual dan permainan-permainan seksual lainnya.³³

Selanjutnya oleh Kartini Kartono dalam bukunya *Patologi Sosial* memberikan definisi pelacuran adalah sebagai berikut:³⁴

- a. Pelacuran merupakan peristiwa penjualan diri (persundalan) dengan gejalanya memperjualbelikan badan, kehormatan dan kepribadian banyak orang untuk memuaskan nafsu-nafsu seks dengan imbalan pembayaran.

²⁹ W.J.S Poerdarmita: (Diolah kembali oleh pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan), *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PN Balai Pustaka, 1984), hal 548

³⁰ Promiskuitas adalah hubungan seks secara bebas dan ketidak acuan emosional, melakukan hubungan seks tanpa emosi, tanpa perasaan cinta kasih atau afeksi dan dilakukan dengan pria manapun juga, dengan banyak laki-laki.

³¹ Tahnh-Dam Truong, *Pariwisata dan Pelacuran di Asia Tenggara, Terjemahan: Moh. Arif* (Jakarta: LP3ES, 1992). Hal.115

³² Robert P. Masland, Jr. David Estridge, *Apa yang Ingin Diketahui Remaja Tentang Seks*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1987), hal.134

³³ Mulia, T.S.G, et.al dalam *Ensiklopedia Indonesia* yang sebagaimana dikutip oleh Kartini Kartono, *Patologi Sosial*, hal.184

³⁴ Ibid

- b. Prostitusi adalah bentuk penyimpangan seksual, dengan pola-pola organisasi impuls/dorongan seks yang tidak wajar dan tidak terintegrasi dalam bentuk pelampiasan nafsu-nafsu seks tanpa kendali dengan banyak orang atau Promiskuitas, disertai eksploitasi seks yang impersonal tanpa afeksi sifatnya.
- c. Pelacuran ialah perbuatan perempuan atau laki-laki yang menyerahkan badannya untuk berbuat cabul secara seksual dengan mendapatkan upah. G.May dalam bukunya *Encyclopedia of Social Science* yang dikutip oleh Kartini Kartono, G.May menekankan masalah barter atau perdagangan secara tukar menukar, yaitu menukar pelayanan seks dengan bayaran uang, hadiah atau barang berharga lainnya. Pihak pelacur mengutamakan motif-motif atau alasan keuntungan materil. Sedangkan pihak laki-laki mengutamakan pemuasan nafsu-nafsu seksual.³⁵

Sebuah definisi pelacuran yang kurang moralistis diajukan oleh Gagnon J.H (1968) dalam bukunya *Prostitution dalam International Encyclopedia of Social science*, sebagaimana yang dikutip Thanh-Dam Truong dalam bukunya *Seks, Uang dan Kekuasaan*, memandang pelacuran sebagai pemberian akses seksual pada basis yang tidak diskriminatif untuk memperoleh imbalan baik berupa barang atau uang, tergantung pada kompleksitas sistem ekonomi. Pembayaran diakui bagi perilaku seksual yang spesifik. Jadi pelacur didefinisikan sebagai profesional berdasarkan pertukaran moneter dan

³⁵ G.May dalam bukunya *Encyclopedia of Social Science* yang dikutip oleh Kartini Kartono, *Patologi Sosial*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada 1997) Jil.I Edisi 2 hal.184

kelangkaan pelayanan yang disediakan. Pelayanan ini diasumsikan tidak tersedia didalam lingkup hubungan seksual non komersial.³⁶

Kembali kepada pembahasan mengenai prostitusi *online* yang pengertiannya masih belum jelas, oleh karena itu perlu ada pemetaan kata. Prostitusi *online* terbagi menjadi dua kata, yaitu prostitusi yang pengertiannya sudah dibahas diatas dan kata *online* di Bahasa Indonesia kan mengandung arti terhubung. Sebenarnya dua kata tersebut sulit diartikan kedalam satu pengertian. Pembahasan mengenai prostitusi *online* ini membahas mengenai praktek prostitusi atau pelacuran dengan menggunakan media internet atau *online* sebagai saran transaksi bagi mereka PSK dan yang ingin menggunakan jasanya.

Walaupun jika ingin kita perdalam maknanya maka pengertian dari prostitusi *online* adalah transaksi pelacuran yang menggunakan media internet sebagai sarana penghubung antara PSK dengan yang ingin menggunakan jasanya. Jadi internet hanya sebagai sarana penunjang atau penghubung saja. Tidak seperti pada umumnya transaksi PSK yang menunggu pelanggannya dipinggir-pinggir jalan.

Semua definisi-definisi yang disebutkan memiliki masalahnya sendiri karena didefinisikan dari masyarakat yang berbeda yang pada dasarnya memiliki standar sosial dan moral yang berbeda-beda tentang prostitusi atau pelacuran itu. Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa paling tidak terdapat empat ciri utama dalam definisi pelacuran yang dapat ditegakkan, yakni : bayaran, perselingkuhan, ketidakacuhan emosional, mata pencarian. Dalam banyak

³⁶ Gagnon J.H Prostitution, dalam *International Encyclopedia of Social Science*, vol.12 (Macmillan and Free Press, New York, 1968), sebagaimana dikutip oleh Thanh-Dan Truong, Seks, Uang dan Kekuasaan hal.17

definisi diatas dan pembahasan-pembahasan literatur uang sebagai sumber pendapatan dianggap faktor paling umum dalam dunia pelacuran.

I. Sosial Media *WeChat*

WeChat adalah salah satu aplikasi *instant messenger* yang merupakan produk Tencent yang resmi diluncurkan pada 28 Februari 2013. Tencent sebagai salah satu perusahaan penyediaan internet terdepan di dunia, MNC melalui PT Global Mediacom Tbk melakukan kerjasama dengan difasilitasi oleh Hillhouse, perusahaan yang menangani penanaman modal berbagai perusahaan terkemuka yang berbasis di Asia (<http://techno.okezone.com>, Aplikasi *WeChat* Resmi Diluncurkan).

Menurut data terakhir, pengguna *WeChat* mencapai angka 300 juta orang pada Januari 2013 lalu. (<http://tekno.kompas.com>, Berkat Iklan *WeChat* Jadi Populer). Meski demikian, *WeChat* masih menempati urutan kelima sebagai aplikasi chatting terpopuler di Indonsia. Adapun fitur yang dimiliki *WeChat* adalah sebagai berikut :³⁷

- a. **Voice Messaging** : Fitur ini layaknya kita menggunakan walkie talkie, kita bisa mengirim suara ke teman chat kita. Caranya cukup mudah dengan cara menekan tombol ‘Hold to Talk’, lalu tekan tombol Releas to Send. Jika anda ingin menghapus atau membatalkan pesan cukup tekan layar dan arahkan ke posisi “X”.

³⁷ www.wechat.com

- b. **Shake** : Fitur ini sangat unik yakni cukup menggoyangkan smartphone anda, maka anda akan bisa menemukan teman yang anda inginkan, jika tidak sesuai dengan harapan anda, tinggal goyang lagi smartphone anda.
- c. **Look Around / People Nearby** : Fitur ini bisa menemukan lokasi teman yang berada di daerah sekitar kita. Kita juga bisa memilih siapa yang kita ajak chat, laki-laki atau perempuan. Tapi anda harus mengaktifkan fitur *Location Servicenya* dahulu.
- d. **Add Friends** : Selain menggunakan fitur *Look Around* atau *People Nearby*, untuk menambah jumlah pertemanan kita pada akun *WeChat*, kita bisa menambahkan kontak dengan cara memasukkan id atau nomer telepon dari akun *WeChat* lain.
- e. **Drift Bottle** : Fitur ini menampilkan pesan dalam botol, ada tiga pilihan dalam fitur ini, yakni *throw* gunanya untuk membuang pesan botol kita, *pick* gunanya untuk mengambil pesan yang ada di laut, dan *my bottles* gunanya untuk melihat koleksi pesan botol yang kita punya.
- f. **Moments** : Melalui fitur *moments* ini kita bisa berbagi informasi apa saja yang ingin kita bagi dengan teman-teman yang sudah menjadi kontak pertemanan anda. Melalui post gambar atau kalimat apa saja bisa anda lakukan. Di *moments* ini juga anda bisa tahu aktivitas teman anda yang lain.
- g. **Facebook Connect** : Jejaring sosial ini pasti sudah familiar dan fitur *WeChat* bisa dikoneksikan dengan facebook. Sehingga teman anda yang memiliki akun facebook dan menggunakan *WeChat* akan muncul di kontak *WeChat* kita. Caranya cukup mudah, pilih sosial lalu pilih *ADD Contacts*

dan pilih *facebook friends*. Jika kita tidak menemukan facebook friends, kita dapat menambahkannya lewat settings >> Plug-ins >> facebook.

- h. **Emoticons** : Bagi anda yang sering menggunakan emoticon, *WeChat* dapat menambahkan *emoticon* sesuai dengan gambar yang anda mau. Caranya cukup klik tombol icon “+” cari fotonya di album foto dan klik ok. Maka foto tersebut akan masuk ke emoticon kamu.
- i. **Group Chat** : Fitur ini memungkinkan anda untuk membuat group chat, jadi anda bisa chat dengan beberapa teman sekaligus. Caranya tekan menu Contacts >> Group Chat. Lalu pilih teman yang ingin kita undang di group tersebut.
- j. **Video Call** : Merupakan fitur yang hanya bisa digunakan pada *smartphone* yang beroperasi pada *android, windows phone dan iphone operation system (iOs)*. Fitur ini bisa melihat gambar yang bergerak dan suara yang dilakukan antara satu orang dengan orang lainnya melalui rekam kamera yang ada. Untuk melakukan *video call* ini, kamera yang digunakan adalah kamera depan dari *smartphone* anda.